

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Kajian Teoritis

2.1.1. Mistifikasi

Berdasarkan Kamus *Meriam Webmaster*, mistifikasi dapat berarti “tindakan memistiskan”. Dalam psikologi, mistifikasi menurut Laing memuat konsep “pemistifikasi” dan “dimistifikasi”. Orang yang menutupi adalah pemistifikasi, sementara orang yang dihindarkan dari hal yang sebenarnya adalah yang “dimistifikasi”. Mistifikasi yang memuat konsep mistis yang merupakan konsep penting yang menjelaskan mistifikasi tersebut.

Kuntowijoyo (2007:9) menyebutkan terdapat lima macam mistis dalam hubungannya dengan umat Islam, yaitu:

- a. *Mistis metafisik*, yaitu hilangnya seseorang “dalam” tuhan, atau disebut pula *mysticism* (kesufian).
- b. *Mistis sosial*, yaitu mistis hilangnya perorangan dalam kelompok.
- c. *Mistis etis*, yaitu hilangnya daya seseorang dalam menghadapi nasibnya, menyerah pada takdir.
- d. *Mistis penalaran*, yaitu hilangnya kemampuan akal dalam mengatasi keadaan karena keadaan sekitar dianggap tidak lagi masuk akal.
- e. *Mistis kenyataan*, yaitu hilangnya hubungan agama dalam realitas atau seperti teks yang tidak ada hubungan dengan konteks.

Istilah mistis yang dihubungkan dengan ritual kerap kali dihubungkan dengan sifat-sifat transenden ataupun sifat dan perilaku yang di luar rasionalitas.

Penjelasan akan konsep mistis yang bermuatan transenden memuat pula hubungan perilaku mistis dengan misteri yang menyertainya. Mistis, misteri, dan mistifikasi pada dasar filosofis adalah hal yang saling berkaitan. Mistifikasi pada substansi konsep yang terlahir dari persinggungan antara misteri yang tidak dapat dijelaskan dari berbagai sudut pandang. Robinson (1998) menyatakan mistifikasi adalah proses yang terbentuk dari kegagalan cara pandang dasar antara apa yang dipahami salah satu pihak dan apa yang dipahami oleh pihak lain.³ Proses kegagalan (atau ketidaksamaan) dalam memahami antar pihak menimbulkan ruang ketidakjelasan sehingga memunculkan apa yang disebut dengan mistifikasi.

Menurut pandangan sosiologis, mistifikasi dapat berarti sebuah proses yang menutupi atau mengaburkan realitas. Penjelasan ini hampir mirip dengan penjelasan post modernisme proses simulasi yang sedang berjalan. Sedangkan menurut pandangan interaksionisme simbolik, Goffman dalam pembahasan dramaturgi menyebutkan mistifikasi adalah proses pengelolaan kesan penampil (aktor) dalam mendramatisir panggung yang didukung oleh tampilan wajah, perlengkapan panggung, gaya bicara, gaya pakaian dan sebagainya yang meninggalkan kesan “yakin” kepada penonton. Beberapa penjelasan lain, disebutkan pula mistifikasi adalah proses sangat berperan di ranah kognisi dan terdapat proses dominasi yang melalui nilai-nilai sosial dan institusi bukan melalui paksaan. Secara kognitif, proses mistifikasi dapat terbentuk melalui

³ Proses mistifikasi dalam pandangan filosofis menurut Robinson adalah pandangan yang ditarik dari segi historis perkembangan evolusi pemikiran manusia yang ditandai dengan praktik praktik sosial. Perkembangan pemikiran manusia dalam perjalanan waktu telah membawa manusia pada tahap pembedaan / pembagian divisi antara individu, kelompok dan sifat alamiah sosial yang pada tahap tertentu menisakan misteri dalam sudut pandang yang berbeda.

kontak dengan teks yang dikonsumsi oleh audiens. Terdapat beberapa tahap proses pembentukan mistifikasi dalam konsep sintaks kalimat.⁴

- a. Mistifikasi pada level fonetik
- b. Mistifikasi dalam level morfologi
- c. Mistifikasi dalam gabungan kata
- d. Mistifikasi dalam level klausa
- e. Mistifikasi dalam level kalimat persangkaan
- f. Mistifikasi dalam level makro tekstual

Selain penggolongan proses pembentukan mistifikasi, terdapat penggolongan mistifikasi di berbagai bidang seperti:

- a. Mistifikasi ekonomi, mistifikasi ini dapat disebut pula dengan mistifikasi kapital yang didasarkan pada pemikiran Karl Marx mengenai pemikirannya tentang alienasi, reifikasi, dan mistifikasi. Hubungan antara ketiganya dapat digambarkan seperti nilai surplus dari pekerja yang diambil sebagai keuntungan oleh kaum kapitalis serta bentuk reifikasi yang melanggengkan sistem kapitalisme terus berlangsung. (Farmer, 2012)
- b. Mistifikasi agama, mistifikasi ini digambarkan bagaimana agama merupakan ajaran yang secara khusus merupakan urusan pemuka agama dengan Tuhan atau dengan kata lain agama merupakan hal yang misterius yang hanya berhubungan antara dua pihak tersebut tanpa disebarkan kepada orang lain. (Mul Khan, 2010)

⁴ Triki, Mounir dan Taman Hasan, (2009). *The Processes of Mystification: An Exercise in Cognitive Stylistics*. Journal literary Semantic

- c. Mistifikasi politik, mistifikasi yang menggambarkan bagaimana proses politik dilakukan di luar nalar dan proses politik pada umumnya. Mistifikasi ini dapat terlihat bagaimana dasar-dasar kebijakan politik bukan diambil dari pilihan rasional, akan tetapi dari proses gaib seperti kepercayaan tradisional yang tumbuh kuat di sekitar pelaku.

Clifford Geertz dalam pembahasan tentang *Abangan, santri, dan priayi* sempat membahas mengenai istilah mistik yang dipraktikan oleh masing-masing kelompok. Geertz (1981:415) menyebutkan mistik di Jawa adalah metafisika terapan, serangkaian aturan praktik untuk memperkaya kehidupan batin yang didasarkan pada analisa intelektual atau pengalaman. Berdasarkan intisari mistik yang disampaikan oleh Geertz, mistik merupakan manifestasi dari praktik-praktik yang dilakukan oleh kelompok yang memiliki hubungan kesamaan ketertarikan di antara anggotanya. Dalam kaitan budaya populer, mistik dapat dijabarkan bagaimana euforia penerimaan sebuah “kegembiraan” sebuah fenomena, yakni dalam hal ini adalah *hallyu* yang telah hadir lebih dari satu dekade terakhir.

Hallyu telah menjadi fenomena di berbagai belahan dunia sebagai wujud dari hadirnya sebuah industri kreatif yang sukses menggaungkan namanya. Bentuk manifestasi *hallyu* dapat terlihat dari banyaknya opera sabun, program televisi Korea, musik, bintang Korea dan sebagainya. Hadirnya industri kreatif ini memunculkan sejumlah reaksi dari sejumlah penggemarnya, yakni dapat berupa komunitas yang sifat dasarnya merupakan kumpulan individu yang memiliki kesamaan rasa serta adanya internet sebagai media memungkinkan jaringan komunitas ini yang berkembang secara luas.

Hubungan yang terbentuk dari komunitas ini dapat dikatakan hubungan yang tidak longgar sebab bentuk hubungan, jaringan, dan media melebihi hubungan struktural yang membagikan pengalaman atas kegemaran terhadap *hallyu*. Kegemaran terhadap *hallyu* dapat dikatakan bagaimana hubungan mistik dengan entitas yang saling berhubungan hingga menjadikannya sebagai fenomena besar saat ini. Berikut ini adalah uraian “rasa mistik” dengan entitasnya:

- a. Dalam hubungannya dengan budaya populer, produksi konten ditujukan untuk menjangkau lebih banyak massa yang disertai dengan produksi simbol-simbol, tanda, dan identitas yang diolah sedemikian rupa agar dapat diterima oleh banyak orang. Sekali lagi kembali pada konsep menjangkau lebih banyak massa.
- b. Hubungan erat yang terbentuk dalam fenomena ini, dapat dilihat dari intensitas atau frekuensi yang terjadi. Seperti banyaknya jumlah produksi drama Korea, musik, *boyband*, *girlband* dalam jumlah angka. Kondisi ini menjelaskan struktur yang sudah mapan dalam sistem *hallyu* itu sendiri.
- c. Di balik hubungan konten industri kreatif yang penuh dengan simbol, tanda, dan identitas, sudut pandang penonton (massa) sebagai konsumen, terdapat sebuah “rasa” yang unik yang menjadi bisa diterima oleh penonton sehingga “rasa” tersebut termanifestasi sebagai bentuk emosional hingga menimbulkan sebuah konsekuensi logis dalam bentuk praktik selanjutnya.

2.1.2. Simulasi Simulakra Jean Baudrillard

Jean Baudrillard merupakan salah satu tokoh pemikir postmodernism dengan beberapa sumbangan pemikiran atas kondisi postmodernism yang sedang berlangsung saat ini. Beberapa pemikirannya mengenai kondisi pasca modern di antaranya adalah konsep simulasi dan simulakra, hiperealitas, masyarakat konsumsi. Penjelasan mengenai konsep yang dikemukakannya tidak terlepas dari pengamatan objektifnya mengenai kondisi masyarakat pasca modern yang disebut sebagai masyarakat yang berada di era modern, yakni era pembebasan manusia kelanjutan dari masa pencerahan revolusi industri, akan tetapi kondisi masyarakat postmodernism justru menunjukkan sebaliknya yang menunjukkan kondisi tidak manusiawi yang menjerat manusia ke dalam kekangan lembaga peninggalan modernisme.

Di era postmodernism merupakan era yang penuh dengan kelimpahan tanda yang terus mendukung hidupnya kapitalisme. Baudrillard merupakan salah satu pemikir yang melihat fenomena masyarakat pasca industrial sebagai analisis kebudayaan postmodern, terutama menggunakan tanda-tanda sebagai ujung tombak analisis. Menurut Featherstone, Baudrillard adalah pemikir postmodern sebagai strategi pembacaan realitas dengan objek sentral produksi tanda-tanda, kapitalisme multinasional yang membawa perluasan luar biasa dalam dunia sosial dan meledaknya budaya massa (Hidayat, 2012).

Realitas-realitas yang muncul dari peninggalan modernisme yang tidak pernah selesai menunjukkan kekompleksitasan hubungan lembaga dengan proses yang sedang berlangsung beriringan dengan era modernisme seperti halnya

globalisasi. Globalisasi yang bercirikan dengan teknologi tinggi dan penghilangan batas teritorial telah menyapu bersih seluruh hal ke dalam sifat *uniformitas*. Sifat *uniformitas* yang menyeragamkan semua hal di dunia seperti *Mc Donald* sebagai simbol makan yang istimewa, *brand fashion* yang menggiring individu bertindak di luar kebutuhan fungsional menggambarkan betapa realitas realitas telah berubah dari akar kebutuhan manusia itu sendiri. Berbagai pusat hiburan dan pembelanjaan semakin marak berdiri yang siap memuaskan hasrat hidup manusia berjalan beriringan dengan kondisi terbalik beberapa kaum miskin yang menjerit karena hubungan produksi dan konsumsi atas realitas ini.

Simulasi merupakan istilah yang menyebutkan proses pembentukan realitas di masyarakat postmodern. Bagi Baudrillard, simulasi adalah refleksi dari realitas atau apa yang masih tertinggal setelah sistem pemaknaan, penilaian, dan sistem tanda, kode, model atau media yang telah melannya habis habisan. Masyarakat postmodern adalah masyarakat konsumen, yakni masyarakat yang tidak lagi memandang secara utilitarian. Sifat masyarakat yang konsumen ini menjelaskan bahwa ruang relasi antara nilai guna dan nilai tukar telah berubah sedemikian rupa. Hubungan antara nilai guna dan nilai tukar obyek telah mengaburkan mana yang merupakan kebutuhan dan bukan keperluan yang digiring oleh selera massa (*social behavior*) yang menjadikan sesuatu bersifat irasional. Sifat irasionalitas yang ada di antara hubungan nilai guna dan nilai tukar inilah yang meramalkan dunia konsumsi di kajian post modern.

Irrasionalitas sebagai aspek relasional yang ada di simulasi dapat menjadikan jembatan penghubung dengan apa yang disebut dengan mistifikasi.

Irrasionalitas dalam simulasi merupakan relasi yang terbentuk akibat adanya permainan nilai simbolik, yakni tanda, simbol, dan kode, sementara irrasionalitas dalam mistifikasi tergambar dari sifat transenden mistis yang membuat sesuatu tidak perlu dipertanyakan. Nilai simbolik tersebut yang merupakan nilai-nilai yang akan mempermainkan” logika hingga batas antara nilai guna – nilai tukar objek menjadi tidak dapat dijelaskan pada masyarakat saat ini terutama terhadap barang yang dikonsumsi. Dalam pemikiran Baudrillard, tanda adalah cermin dari aktualisasi diri individu dalam bertindak dan individu sering sekali bertindak atas dasar non-utilitarian.

Aspek simbolik merupakan aspek vital di masyarakat konsumen, tanda, simbol, dan kode itu merupakan hal yang menentukan “sesuatu” di masyarakat. Baudrillard menyatakan tanda simbolik tersebut memiliki kelebihan dalam proses simulasi. Tanda, simbol, dan kode dapat menduplikasikan dirinya sendiri hingga mana yang asli dan lainnya sulit sekali di bedakan. Layaknya kode pemrograman komputer yang dapat berubah ubah yang menciptakan program-program yang berbeda ataupun kode DNA yang telah menduplikasikan diri menjadi jaringan-jaringan yang kompleks. Sekompleksitas ini kemudian yang disebut Baudrillard menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan antara ranah nyata dan imajinasi.

Simulasi itu lebih dari sekedar kepura-puraan saja. Dalam penekanan simulasi itu sendiri, muncul sebuah penekanan mengenai “ada” dan “tidak ada”, “benar” dan “salah”, ataupun “nyata” dan “imajinasi”. Pembentukan realitas dan hasil dari realitas dalam pandangan Baudrillard ini mengungkapkan mengenai nihilisme nilai objektivitas. Berbagai bentuk model atau media dalam keseharian

merupakan sesuatu yang dapat bersimulasi bahkan disimulasikan dalam pembentukan pencitraan.

Media massa yang berkembang di era postmodern memiliki kemampuan menciptakan kode-kode tersendiri yang melalui beberapa instrumen-nya sendiri pada akhirnya akan menciptakan sebuah realitas baru dengan apa yang disebut dengan *hyperreality*. Masih berkenaan dengan pemaknaan, dalam proses pemaknaan ada halnya sisa-sisa dari pemaknaan yang menjadikan potensi dalam pembenaran akan realitas yang terbentuk. Sisa-sisa pemaknaan ini menduplikasikan diri dari sedemikian rupa kode-kode awal tersebut untuk menekankan apa yang dipandang nyata saat itu, proses lanjutan dari simulasi menggunakan sisa-sisa pemaknaan tersebut –tiruan – disebut dengan *simulakrum*.

Penyataan Baudrillard dalam tulisannya *Simulacra and Simulations* mengungkapkan melalui berbagai model ataupun media dengan potensi simulasi dengan nihilisme objektif merupakan usaha-usaha dalam menyingkap hal yang tersembunyi atau dalam tulisannya ia menyebutnya sebagai usaha menyimpan kebenaran. Simulasi merupakan lawan dari representasi. Titik pangkal perbedaan di antara mereka ia berangkat dari mana proses pemaknaan dimulai, simulasi bermula ketika *tanda* tidak dalam kondisi seimbang sementara representasi berangkat ketika *tanda* dalam kondisi seimbang. Baudrillard menyebutkan dalam tulisannya mengenai empat tahapan pencitraan yang masuk dalam proses simulasi tersebut, yakni

1. Sebagai refleksi dari realitas dasar,
2. Sebagai topeng dari realitas dasar,

3. Sebagai penutup akan kehadiran dari realitas yang tidak ada, dan
4. Mempertahankan tidak ada relasi sama sekali dari realitas apapun, murni sebagai *simulakra*.

Berbagai instrumen dapat menjadi media pembentukan simulasi terutama media yang bersentuhan dengan media massa. Rangkaian media baik cetak, visual, audio, dan audio visual merupakan media yang sering sekali bersentuhan dengan duplikasi tanda dengan objek simulasi.

Terdapat beberapa tanda dalam kajian postmodernism yang merupakan tanda yang melampaui batas yang menjadikan ciri khas masyarakat postmodern. Yang dimaksud dengan tanda yang melampaui batas adalah ketika ia telah keluar dari batas prinsip, sifat alam, dan fungsi tanda normal sebagai alat komunikasi dan informasi. Tanda juga dikatakan melampaui batas – dan menjadi *hyper sign* – ketika ia telah kehilangan kontak dengan realitas yang direpresentasikan (Piliang, 2003).

Terdapat beberapa tipologi tanda yang dimaksud yang memungkinkan dirinya menduplikasi sehingga menghasilkan representasikan realitas yang setengah berbeda bahkan berbeda sama sekali. Menurut Piliang (2003:53-59), pertama, *tanda sebenarnya (proper sign)*. Tanda sebenarnya adalah tanda yang menjelaskan kejujuran, keaslian, kebenaran dalam dirinya sehingga merepresentasikan realitas yang sama. Tanda sebenarnya adalah tanda yang melukiskan konsep dan makna yang asli dari penanda dan petanda sehingga informasi yang disampaikan benar-benar asli apa adanya. Kategori tanda yang demikian ini menurut Baudrillard dikategorikan ke dalam tanda yang

merefleksikan realitas (*reflection of a basic reality*) dan tidak digolongkan ke dalam *hyper sign*.

Kedua adalah *tanda palsu (pseudo sign)*. Tanda palsu adalah tanda yang merefleksikan dirinya tidak benar atau separuh benar. Sebuah tanda yang di dalamnya terkandung tiruan, kepalsuan dan sebagainya dan melalui proses *reduksi realitas* sehingga refleksi realitas yang terjadi adalah menyembunyikan kebenaran yang sesungguhnya atau menjelaskan bukan realitas yang sebenarnya. Namun demikian, tanda palsu ini tidak digolongkan menjadi *hyper sign* oleh Baudrillard akan tetapi tanda ini digolongkan ke dalam orde *malefice*, yaitu penopengan dari realitas melalui tanda (*masks and perverts a basic reality*).

Ketiga adalah *tanda dusta (false sign)*. Tanda dusta adalah tanda yang sama sekali tidak mengandung kebenaran sama sekali. Tanda ini lebih tinggi dibandingkan dengan tanda palsu karena merefleksikan nihilisme kebenaran. Tanda ini menyampaikan konsep dan makna yang salah karena pada dasarnya tanda ini adalah menipu. Sebuah konsep A dengan tanda palsu ini akan menjelaskan peristiwa B bukan peristiwa A. Konsep dan makna yang dihasilkan menggambarkan hubungan yang asimetris. Mengutip pernyataan Eco, tanda ini adalah murni dusta (*pure lie*)⁵. Sama halnya dengan tanda palsu, Baudrillard tidak menggolongkan tanda dusta ke dalam *hyper sign* dan menciptakan *hiperealitas*. Baudrillard menempatkan tanda ini ke dalam orde *malefice* atau *sorcery*, yaitu tanda yang menopengi realitas yang sesungguhnya tidak ada (*masks the absence of a basic reality*). Namun, tanda dusta ini dapat berpotensi menjadi *hyper sign*

⁵ Yasraf Amir Piliang, *Hipерsemiotika: Tafsir Culture Studies Atas Matinya Makna*, Jala Sutera, 2003, hal 56.

ketika tanda ini berkombinasi dengan tanda-tanda otentik yang dapat menghasilkan realitas kebenaran yang bersanding dengan kebohongan sehingga akan menghasilkan kebohongan yang dianggap benar.

Keempat, *tanda daur ulang (recycled sign)*. Tanda daur ulang merupakan tanda yang digunakan sebagai daur ulang dari peristiwa masa lalu yang dihadirkan di masa kini dengan konteks yang berbeda. Dapat pula hal ini disebut dengan *dekontekstualisasi (decontextualization)*. Konsep makna ditarik dalam ruang waktu atau konteks sebelumnya untuk menjelaskan makna baru di ruang waktu sebelumnya. Hal-hal yang bisa dirubah melalui tanda ini tergantung pada tujuan tertentu dalam menciptakan realitas tersebut. Misalnya dapat berupa budaya, manusia, makna yang mana di daur ulang dengan berbagai motif apresiasi, rekonstruksi, nostalgia, revitalisasi bahkan rekontekstualisasi.⁶ Tanda daur ulang yang seperti ini menurut Baudrillard dan Eco telah tergolong dalam *hyper sign* dan *hiperealitas* karena tanda daur ulang ini dapat menjadi topeng realitas yang absen seperti tanda dusta di atas.

Kelima, *tanda artificial (artificial sign)*. Tanda artificial adalah tanda yang diciptakan dengan bersinggungan dengan teknologi (kemampuan teknologi mutakhir dalam menciptakan rekayasa seperti teknologi komputer, grafik, dan sebagainya). Kelebihan dari teknologi ini akan mempengaruhi kemampuan visual secara berlebihan yang akan meningkatkan daya imajinasi yang berlebihan. Daya imajinasi yang berlebihan akan menentukan bentuk realitas yang dihasilkan sebagai mana kekuatan tanda artificial ini bila bersinggungan dengan pencitraan

⁶ Ibid, Yasraf Amir Piliang, *Hipersemiotika:.....*, hal 57

yang bersifat kecenderungan. Hal yang dapat diciptakan oleh tanda artifisial yang berhubungan dengan adalah terciptanya dunia virtual (*virtual reality*), sebuah realitas yang bukan realitas sebenarnya yang penuh dengan imajinasi. Hal yang ditekankan dalam tanda artifisial adalah kemampuan dari kecanggihan teknologi dalam mengorganisir masyarakat dengan sendirinya sehingga tidak diperlukan campur tangan individu secara teknis dalam mengatur realitas yang diciptakan. Realitas digital yang demikian ini tergolong dalam *hyper sign* dan *hiperealitas*.

Keenam, *tanda ekstrem (superlative sign)*. Tanda ekstrem adalah tanda yang merupakan penggabungan antara tanda artifisial dengan beberapa makna yang digodok secara berlebihan dengan realitas yang sebenarnya. Seperti yang dikutip oleh Piliang, tanda ekstrem ini merupakan

“Sebuah model penandaan yang ekstrim (hyper signification), khususnya lewat efek-efek modulasi pertandaan dan makna (modulation effect) yang jauh lebih besar ketimbang apa yang ada di dalam realitas sendiri, semacam intensifikasi realitas, peningkatan efek, ekstremitas makna (extrimity) (Piliang, 58:2003).”

Berdasarkan pendapat Baudrillard mengenai tanda ekstrem adalah kemampuan tanda ini memproduksi realitas yang di luar akal sehat dengan penggunaan simbolik makna yang terlalu melampaui sehingga dapat menciptakan *hiperealitas*.

Proses mistifikasi yang dihubungkan dengan pembentukan simulasi dapat berupa sintesa antara konsep mistifikasi dan simulasi. Berikut ini adalah masing-masing konsep mistifikasi dan simulasi

Tabel 2.1-1
Hubungan Mistifikasi dan Simulasi

| | Mistifikasi | Simulasi |
|----------------|---|--|
| Konsep Utama | Proses menutupi dan mengaburkan (membohongi) realitas | Proses menutupi dan mengaburkan realitas dengan menciptakan realitas baru |
| Konsep Penting | Mistis (merasa dekat dan jauh dengan objek yang dimistikan secara fisik dan imajinasi dalam waktu bersamaan) | Nilai Simbolik (Tanda, Simbol, Kode) |
| Sifat Proses | Pasif (Bersifat baku dari sumber mistis) | Aktif (Bersinggungan dengan tanda, simbol dan kode yang menduplikasi sehingga berpotensi terus menciptakan simulakra) |
| Media | Sistem kepercayaan (misalnya mitos) | Media massa yang didukung oleh selera massa (hubungan antara penanda dan petanda, kode dan dekode) |
| Pelaku | Terbatas kepada kelompok tertentu atau individu tertentu | Tidak terbatas |
| Hasil | Tindakan yang bersifat ritual | Konsensus akan realitas yang terbentuk |

Tabel di atas merupakan upaya mensintesakan mistifikasi dengan simulasi, maka mistifikasi harus dapat direduksi ke dalam proses simulasi sesuai dengan konteks yang diteliti. Hal ini dikarenakan konteks simulasi adalah proses yang lebih kompleks pembahasan mengenai suatu proses pembentukan realitas terutama hiperrealitas. Akan tetapi tidak akan meninggalkan konsep mistifikasi seperti hasil sifat mistis.

2.1.3. Budaya Populer

1. Konsep Budaya dan Kebudayaan

Pemahaman mengenai budaya populer terlebih dahulu merujuk pada konsep budaya atau kebudayaan. Secara etimologis, budaya (*culture*) merupakan istilah yang terbentuk dari bahasa latin *colere-colui-cultus* yang artinya menanam, mengolah (tanah), memelihara, merawat, dan mendalami. Selanjutnya *colere* dapat diartikan sebagai kata kerja yang artinya menghormati, menyembah, memuja, beribadat, dan merayakan.⁷

Terdapat beberapa pendapat ahli mengenai definisi kebudayaan itu sendiri, misalnya E.B Taylor yang menyatakan kebudayaan adalah keseluruhan kompleks yang mencakup pengetahuan, keyakinan, seni moral, hukum, adat istiadat dan kapabilitas lainnya serta kebiasaan yang didapatkan oleh manusia sebagai anggota masyarakat.⁸ Budaya memiliki pengaruh besar dalam lingkungan terutama lingkungan sosial tempat berlangsungnya proses sosial seperti yang disebutkan oleh Effendi Ridwan (2006):

1. *Physical Environment* merupakan hal-hal yang berkaitan dengan kondisi lingkungan sekitar (iklim, cuaca, temperatur, kondisi geografis) yang mempengaruhi bentuk budaya yang dihasilkan.
2. *Cultural Social Environment* merupakan aspek kebudayaan yang menjelaskan proses berlangsungnya sosialisasi nilai, norma, dan pranata lainnya.

⁷ Ibid, Kristiatmo, Thomas. (2007)..., hal 79

⁸ Ibid, Kristiatmo, Thomas. (2007)..., hal 81

3. *Environmental Orientation and Representation* mengacu pada perbedaan persepsi dan kepercayaan antar tiap masyarakat terhadap lingkungannya.
4. *Environmental Behavior and Process* merujuk pada kondisi perilaku masyarakat dalam proses dan hubungan sosial menggunakan kepercayaan nilai-nilai yang diyakini.
5. *Out Carries Product* mengacu pada hasil dari tindakan manusia seperti komunitas, artifak, dan modifikasi lingkungan.

Penjelasan mengenai kebudayaan dan lingkungan menunjukkan bahwa budaya tersebut merupakan hasil kreatif manusia yang dapat bersifat fleksibel sesuai dengan kondisi yang dapat mempengaruhi budaya dan lingkungan itu sendiri. Menurut Bourdieu, kebudayaan merupakan hal yang tidak terlepas dari konsep habitus dan arena. Habitus merupakan seperangkat disposisi yang berada di alam bawah sadar manusia yang sifatnya fleksibel atau terbuka terhadap segala kemungkinan kemungkinan yang dapat mempengaruhinya. Gambaran lain mengenai habitus adalah proses internalisasi dari berbagai struktur luar sebagai dimensi subjektif dari seorang aktor. Bourdieu sendiri menyebutkan beberapa sifat dari habitus, diantaranya:⁹

- a. *Bertahan lama*; artinya habitus akan bertahan selama rentang waktu kehidupan tertentu seorang agen.
- b. *Dapat dialih pindahkan*; artinya habitus tidaklah bersifat kaku. Ia dapat berpindah dalam wujud berbagai praktik yang berbeda.

⁹ Bourdieu, Pierre. (2010). *Arena Produksi Kultural; Sebuah Kajian Sosiologi Budaya*. Yogyakarta: Kreasi Wacana

- c. *Struktur yang distrukturkan*; wujud dari berbagai praktik yang dapat dimunculkan oleh habitus karena pengaruh eksternalisasi dari arena yang dijalani sesuai dengan preferensi yang ada.
- d. *Struktur- struktur yang merestrukturkan*; mampu melahirkan praktik-praktik tertentu sesuai dengan situasi atau kondisi tertentu.

Sementara arena didefinisikan sebagai struktur luar tempat agen bertindak yang penuh dengan relasi-relasi, otoritas didalamnya bahkan distribusi kapita dan kekuasaan tempat berlangsungnya pertarungan. Arena dan habitus merupakan posisi yang harus saling dapat menyesuaikan diri sebagai bentuk dari kemampuan agen. Bourdieu menyebutkan terdapat dua modal yang akan mempengaruhi arena produksi kultural, yaitu:

- a. Modal simbolis; yaitu derajat kehormatan, prestise, ketersohoran seorang agen yang dibangun di atas dialektika pengetahuan dan pengenalan.
- b. Modal kultural; yaitu modal pengetahuan kultural, kompetensi kompetensi atau disposisi tertentu. Bourdieu menyebutkan bahwa modal ini dapat berupa kemampuan kognitif yang melekat pada agen sehingga ia dapat mengapresiasi, memilah, mengalkulasi semua tindakan yang di dalam arena.

2. Budaya Populer

Istilah budaya populer secara sosio historis terbentuk dari masyarakat industrial yang sifatnya peningkatan sistem produksi di berbagai aspek kehidupan.

Salah satu sistem yang dibangun produksinya adalah bagaimana menciptakan salah satu kebudayaan yang dapat menghasilkan keuntungan.

Dalam sejarah perkembangan budaya populer, sebelumnya terdapat dua jenis budaya, yaitu budaya tinggi dan budaya rendah. Pengelompokan budaya ini sama halnya dengan adanya pengelompokan kelas yang menunjukkan watak dan selera serta gengsi dan prestise. Budaya tinggi merupakan budaya yang diciptakan dan diperuntukkan untuk kaum elit yang dihubungkan dengan kaum yang “berpendidikan tinggi” dan “berbudaya tinggi” sedangkan budaya rendah sering dihubungkan dengan masyarakat biasa, tidak berpendidikan, dan “tidak berbudaya”.

Menurut perkembangan masyarakat, budaya tinggi merupakan budaya yang penuh dengan sifat adiluhung yang memiliki seperangkat moral, nilai dan pranata yang melengkapinya. Begitu pula dengan budaya rendah yang memiliki kelengkapan moral, nilai dan masyarakat. Masa sebelum industrialisasi merupakan masa wujud asli dari kedua kebudayaan tersebut karena saat itu adalah ruang yang bersifat otonom dalam mencerminkan kehidupan dan pengalaman mereka.

Perkembangan industrialisasi merupakan perkembangan wujud baru atas budaya tinggi dan budaya rendah. Budaya kaum elit yang dianggap sangat menarik perhatian banyak pihak sehingga sering dianggap sangat bagus sedemikian rupa menjadi budaya populer ketika bercampur dengan media massa. Begitu sebaliknya dengan budaya rendah yang bercampur dengan media massa

akan berubah menjadi budaya populer seperti halnya musik *rap*.¹⁰ Berkembangnya budaya populer di masyarakat industrial sesuai dengan karakteristik masyarakat industrial yang telah memiliki diferensiasi kerja, teralienasi, tidak terintegrasi, dan sebagainya yang kemudian terintegrasi ke dalam konsep yang baru, yaitu massa yang tidak memiliki sumber asli nilai, moral, dan pranata yang kemudian digantikan oleh media massa sebagai nilai, moral, dan pranata yang baru.

Terdapat dua istilah dalam penyebutan budaya dengan kaitan sifat massa di era industrial dan pasca industrial yaitu budaya massa dan budaya populer. Istilah-istilah tersebut mengacu pada sifat dari budaya ini yang mana disebut budaya massa dikarenakan budaya ini memiliki sifat massa, yaitu kumpulan individu yang tidak lagi bersifat komunal, terasing, kehilangan nilai-nilai identitasnya yang disatukan oleh lembaga yang disebut media massa. Sementara istilah budaya populer, kata populer menurut Williams yang dikutip oleh Srinati (2009:24) adalah mengacu pada “pergeseran sudut pandang” antara abad kedelapan belas dan abad kesembilan belas:

Populer dilihat dari sudut pandang orang dan bukannya dari mereka yang mencari persetujuan atau kekuasaan atas mereka. Sekalipun demikian, pengertian awal tidaklah mati. Budaya populer bukanlah diidentifikasi oleh rakyat tapi oleh orang lain, dan masih menyandang dua makna kuno: jenis karya inferior(bdk: sastra populer, pers populer yang dibedakan oleh pers berkualitas); dan karya yang secara sengaja dibuat agar disukai orang (jurnalis populer dibedakan dengan jurnalis demokratik atau hiburan populer); maupun pengertian modern yang disukai banyak orang, yang tentunya pada banyak kasus bertumpang tindih pada pengertian lama. Pengertian mutakhir budaya populer

¹⁰ Ibrahim, Idi Subandi. (2005). *Lifestyle Ecstasy; Kebudayaan Pop Dalam Masyarakat Indonesia* (Edisi Kedua ed.). Yogyakarta: Jalasutra

sebagai kebudayaan yang sebenarnya dibuat oleh orang-orang untuk kepentingan mereka sendiri yang sama sekali berbeda dengan pengertian di atas. Pengertian ini sering sekali digantikan pada masa lalu sebagai budaya rakyat, tetapi pengertian ini merupakan salah satu penekanan modern yang penting.

(Williams, 1976:199)

Sementara *Culture Studies* melihat budaya populer sebagai

“Sebuah arena konsensus dan resistensi. Budaya pop merupakan tempat hegemoni muncul, dan wilayah di mana hegemoni berlangsung. Ia bukan ranah di mana sosialisme, sebuah kultur sosialis—yang telah terbentuk sepenuhnya—dapat sungguh-sungguh “diperhatikan”. Namun ia adalah salah satu tempat di mana sosialisme boleh diberi legalitas. Itulah mengapa “budaya pop” menjadi sesuatu yang penting.”

(Storey, 1994:466)

Merebaknya budaya pop dalam perkembangannya selalu bersinggungan dengan teknologi, media sehingga menimbulkan sifat massifikasi. Perkembangan teknologi adalah salah satu tanda bagaimana sesuatu dapat diproduksi secara massal atau *massifikasi* produk. Pemassalan produk ini adalah budaya yang terbangun akibat adanya revolusi industri menggunakan logika kapitalisme yaitu biaya produksi yang ditekan dengan hasil produksi maksimum. Karena itulah diperlukan standarisasi produk untuk menekan biaya produksi.

Perkembangan teknologi adalah salah satu tanda bagaimana sesuatu dapat diproduksi secara massal atau *massifikasi* produk. Pemasalan produk ini adalah budaya yang terbangun akibat adanya revolusi industri menggunakan logika kapitalisme yaitu biaya produksi yang ditekan dengan hasil produksi maksimum. Karena itulah diperlukan standarisasi produk untuk menekan biaya produksi.¹¹

¹¹ Ibid, Ibrahim, Idi Subandi. (2005)...

Massifikasi produk kemudian bersinggungan dengan media menjadikan media sebagai pasar yang dapat memberikan keuntungan. Media telah menjadi salah satu penggiring massa dan menciptakan selera massa. Dengan demikian, peluang komersialisasi di media ini sangatlah besar. Media telah menjadi sebuah struktur kuat yang menciptakan dan memoles produk yang *output*-nya sering disebut dengan budaya populer.

Subandi menyebutkan bahwa budaya populer secara luas dapat dimengerti sebagai kepercayaan- kepercayaan, praktik-praktik, dan objek-objek di mana ia diorganisasikan, dan tersebar luas diantara populasi. Ia bahkan termasuk dalam kepercayaan, praktik dan objek-objek “*folk*” atau populer yang berasal dari pusat-pusat ekonomi dan politik.

Baudrillard menyebutkan bahwa hidup di era postmodernism adalah kehidupan yang penuh dengan sifat *ecstasy*. Masyarakat postmodernism telah menuju ekstasi yang permanen seperti “*the ecstasy of social (the masses), fatter than fat (the obesity), more violent than the violent (terror), more sexual than sex (porn), more real than real (simulation), more beautiful than beautiful (fashion)*” (Jean Baudrillard, *The Ecstasy of Communication*, 1987). Sifat ekstasi yang disebutkan oleh Baudrillard sebelumnya merujuk pada kondisi masyarakat konsumsi yang penuh dengan kegilaan mengkonsumsi objek –bahkan objek palsu- yang tidak sesuai dengan kebutuhan dasarnya.

Budaya populer termasuk dalam pembahasan proses simulasi dan simulakra yang pada akhirnya mengarah pada masyarakat konsumsi dan kondisi hiperealitas. Budaya populer yang turut menggeneralisasi dan menggerakkan

masyarakat pada simulasi dengan beberapa elemen kode yang semakin cepat berduplikasi. Berbagai medium budaya populer telah menyampaikan pesan pencitraan ketimbang dengan kenyataan dasarnya. Dunia telah disimulasikan oleh ragam iklan, *fashion*, kecantikan bahkan mengarah pada seks secara massal. Proses simulasi seperti yang telah disinggung sebelumnya kembali menempatkan pertanyaan tentang objek yang dikonsumsi. Siapakah objek itu, apakah objek itu merupakan salah satu hasil dari pembentukan realitas oleh budaya populer. Dalam budaya populer, tidak ada lagi pemisahan mengenai budaya tinggi yang sifatnya luhur, semua telah tercampur dalam komodifikasi bisnis yang terus berinovasi dalam wujud barang dan jasa

Pertimbangan mengenai objek yang tidak lagi dipandang secara fungsional telah dapat membuat sifat konsumsi terhadap semua komoditas kapitalisme. Berbagai hal telah ditelan dan diproduksi menjadi sebuah komoditas yang berwujud barang dan jasa. Dengan teknologi, tayangan atau tontonan telah menjadi komoditas yang laris dikonsumsi, bahkan tubuh pun tidak luput menjadi sebuah komoditas.

Tubuh dianggap sebagai komoditas yang dapat dipergunakan. Oleh karena itu, banyak sekali pemujaan kecantikan bahkan erotisme yang muncul akibat dampak dari konsumsi citra secara terus menerus. Budaya populer sebagai arena kultural dengan skala industri besar merujuk relasi-relasi dan distribusi yang terjalin di dalamnya yang menghasilkan kekacauan masyarakat di era postmodernism melalui berbagai aparatusnya.

2.2. Hasil Penelitian Sebelumnya

Tabel 2.2-1
Hasil Penelitian Sebelumnya

| Judul | Hasil Penelitian | Relevansi |
|--|---|---|
| Mystification as a cultural and humoresque phenomenon in modern Czech literature against the background of European cultures (with special reference to Jára da Cimrman) oleh Ewelina Warner (2008) | Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa mistifikasi yang terjadi pada literatur Ceko (Jára da Cimrman) karena isi dari literatur tersebut yang mengandung kebijaksanaan. Mistifikasi literatur Jára da Cimrman meliputi kaum yang berpendidikan yang memiliki pengaruh dalam menyebarkan Jára da Cimrman terhadap kaum luas. | Penelitian ini membantu menjelaskan lebih lanjut konsep mistifikasi dari sebuah media sastra yang mana penelitian mistifikasi ini juga menggunakan media yang menyampaikan mistifikasi tersebut. |
| Demistifikasi Politik Indonesia (Studi Atas Pemikiran Kuntowijoyo) oleh Purwanto | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penolakan Kuntowijoyo terhadap budaya politik (mistifikasi politik) di Indonesia, didasarkan pada pentingnya sebuah obyektifikasi politik dengan mengubah epistemologi mistik ke epistemologi logis. Demokrasi politik merupakan terminologi yang hanya bisa hidup di wilayah <i>polis</i> dan berkeadaban. Tentu saja kerangka demokrasi politik serta institusi institusinya berasal dari, oleh, dan untuk masyarakat modern. Sementara logika (mistis) primitif mengindikasikan | Penelitian ini membantu menjelaskan bagaimana konsep mistifikasi meskipun lebih ditegaskan pada konsep demistifikasi. Kesesuaian tipe penelitian teks yang digunakan sangat membantu dalam memahami kasus yang akan dianalisis. |

| | | |
|---|---|--|
| | suatu kehidupan masyarakat terbelakang, sederhana, bersahaja, bahkan <i>nomad</i> (pra modern). | |
| <i>Emergence of The Korean Popular Culture In The World</i> oleh Thao Emilie DO. | Penelitian ini memuat beberapa faktor kesuksesan <i>hallyu wave</i> baik dari segi internal Korea dan eksternal Korea. Penelitian ini juga di elaborasi dengan penelitian faktor-faktor ketertarikan responden terhadap K-Pop dari berbagai negara. Hasil dari penelitian ini adalah penampilan (<i>performance</i>) artis Korea merupakan faktor yang paling banyak menarik perhatian musik Korea dan kemudian diikuti oleh nyanyian (musik) yang sangat diminati oleh responden | Hasil dari penelitian ini membantu peneliti mengetahui bagaimana proses teks diproduksi dan didistribusikan hingga dapat menjadi proses mistifikasi. |
| <i>The Structure of The Appeal of Korean Wave Text</i> oleh Lee Seoyen | Penelitian ini adalah penelitian yang mana data yang digunakan adalah data statistik tayangan drama dan musik video Korea. Hasil dari penelitian ini ditemukan dua daya tarik dari dua buah jenis teks tersebut. Hasil yang pertama adalah daya tarik drama lebih mengarah kepada kesenangan simbolis dan musik Korea menunjukkan pada sifat imajinasi. | Penelitian ini merupakan penelitian teks yang membantu penelitian dari segi sumber literatur karena kesesuaian objek kajian teks |